




*"What goes into advertising
in the 1980's will be
ever more important;
what consumers take out of it
will be critical!"*



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Alberta Library

https://archive.org/details/Cock0401_1979

Report from the Chairman

We are very pleased to report that 1979, the first year of our Corporation's second half century, has again been a positive and productive one.

From the statement of earnings contained in this report, shareholders will notice that for all the key performance indicators; gross billings, revenue, earnings before tax and earnings per share, the year has produced worthwhile improvement over 1978 which in itself, was a record year in the history of our Corporation.

The year was also characterized by other significant developments.

Following shareholders' approval at our annual meeting last March, arrangements were successfully completed for our Corporation to "continue" under the new Canada Business Corporations Act. A corollary development has been the change in your Corporation's official name to Cockfield Brown Inc., which meets the bilingual requirement of both official languages.

As shareholders were advised on November 9, 1979, the Corporation entered into a controlled program of share purchases for cancellation. While it is still too early to predict final results, it continues to be our hope that the central objective of creating an additional market for our shareholders will be achieved.

It is with profound regret that we also record the passing of our co-founder and director, G. Warren Brown, on September 8, 1979. Throughout our Corporation's 50 year history he was a constant contributor to our many successes and highly regarded by industry peers for his many outstanding examples of leadership. We are dedicated to continuing the proud and successful Cockfield Brown tradition that he inspired.

During the course of the year, two Directors, Raymond Boucher and Paul Moreau resigned from the Board, and the Corporation, to pursue careers elsewhere.

Subsequently, on December 18, 1979, your Board approved the appointment of Jerrold Beckerman, Vice-President, General Manager, Vancouver Office; Pierre Gervais, Senior Vice-President, General Manager, Montréal Office and Joyce Roblee, Vice-President, Media Director as Directors to fill these vacancies.

We believe we are particularly fortunate to have available such qualified advertising professionals to assume the important and additional management responsibilities as Directors.

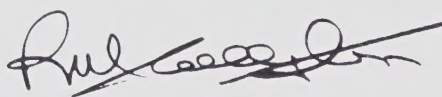
As to the future and its challenges, they too should be of significant interest to each shareholder. The 1980's promise to provide greater challenge than perhaps any decade in our history, as individual citizens and consumers will have to deal with growing uncertainty and change.

At no time in the history of free society will the importance of communication be as high, and at no time will the perception and critical judgement of the average consumer be as penetrating and decisive.

Apart from the traditional expectations of advertising, including the protection it contributes to two of our essential freedoms . . . freedom of choice and freedom of information . . . what goes into advertising in the 1980's will be ever more important; what consumers take out of it in the 1980's will be critical!

Anticipation of this has been the basis of both our Corporate objectives and planning. It has been fundamental to our point-of-view, perhaps unique in our industry. But this very view and the substantial success it has already achieved is the reason our Corporation looks forward to the new decade with real enthusiasm and confidence.

On behalf of the Board



Chairman of the Board

Report from the President

1979 was a good year for Cockfield Brown.

In this last year of a most critical decade in our history, billing, revenue and profit reached new, high levels. This success, following the record achievements of 1978, is an indication to us that our changes in priorities and personnel are producing the desired results.

Cockfield Brown continues to be one of Canada's leading advertising agencies. And with good reason. Our growth is directly related to the increased marketing activities of long-established clients — and to the business health and vitality of our many newly-acquired clients. Recognizing the intensely competitive nature of our industry, it is evident the strength, quality and range of services we offer are in demand, and doing well. This is a true measure of the skills and talents of our 270 people across the country.

Both Montréal and Toronto offices did better than last year. Combined, they again accounted for 80 percent of the Corporation's revenue and 83 percent of total gross profit. Highlighting regional office operations was the complete recovery to full health of the Vancouver office.

Montréal

Montréal enjoyed another record year with financial performance at an all time high. Of greater significance is the fact that this office continues its strong and dominant position in serving Quebec based national advertisers and has been increasing its share of this market.

We regret the loss of the Air Canada account after a productive and happy twenty-year association. The loss was more than compensated for by seven new clients in Montréal — major appointments being The Canadian Government Office of Tourism and the National Bank of Canada.

In mid-year, Pierre Gervais, an experienced communications executive, joined our Corporation, as Senior Vice-President and General Manager of Montréal operations. With his sensitive appreciation of the unique Quebec market, we have every confidence our prosperity will continue under his leadership.

Toronto

In Toronto, the reorganization of personnel completed last year has produced good results. Although billings and revenue were substantially improved, profits were marginally unchanged due to higher than anticipated operating costs, a significant amount of which related to our move to a new location.

Our intensified new business efforts resulted in substantial gains which will have a very positive effect on next year's performance.

We are confident the new momentum of our Toronto office, the commitment of our professional resources, improved operational efficiencies and contemporary management disciplines will produce even greater gains and improved profits as we enter the 1980's.

Other Offices

All offices performed most satisfactorily opposite the particular needs of the markets served in Vancouver, Winnipeg and London, and in support of the specialized requirements of many clients of our two divisions — Industrial Marketing Communications in Toronto, and Insight Advertising and Public Relations in Vancouver. Profits were slightly ahead of last year with, as previously noted, an outstanding year in Vancouver.

Services

Our financial prosperity is but one criterion of achievement. It is assured only if the services we provide are of the highest quality and contribute to the success of our clients. And their improvement is an ongoing commitment of Cockfield Brown. An advertising agency is a people business and we take much pride in the performance, in 1979, of CB personnel in account management, creative, media, research, production, public relations and in the accounting function.

In the past year, we attracted some of the best creative talent in our industry. Cockfield Brown's point of view is fundamentally simple. Our basic function is the creation of effective advertising. Its execution is evaluated against three absolute criteria: relevance, involvement and clarity. This has proved to be a rigorous test of the advertising we create.

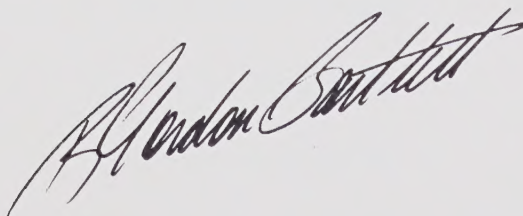
Our media services have more than kept pace with the rapid, sophisticated application of computer technology. CB's media specialists are recognized as being among the best in the business. And now, through our recent association with a nationally-known media analysis and data service organization, we can offer our clients planning and buying efficiencies unsurpassed in Canada.

1979 was also an important one for Cockfield Brown research services. They developed and implemented two new qualitative research tools: the CB Communications Test, for pre-testing advertising executions, and the CB Consumer Image Probe, for determining the imagery dimensions at work in a product, service or corporate sector.

The Communications Test has proven to be a very useful diagnostic addition to the selection of advertising pre-testing techniques we commonly employ. The Consumer Image Probe was developed in recognition of the uniquely important role that image has come to play in the fortunes of products, services, and even corporations. Our research services continue to make an invaluable contribution to CB's end product: effective advertising.

Our success this past year, naturally, has given us that good feeling of achievement. We are also excited and encouraged by the prospects for the future. As in the past, CB's future good health will depend on the continued upgrading of our services to our more than 200 clients, and our commitment to them. In addition, our Corporation will capitalize on opportunities for growth and expansion in Canada and elsewhere. We will also vigilantly apply fundamental management disciplines with integrity, vitality and a dedication to excellence.

In conclusion, I want to express our gratitude and thanks to CB people throughout our Corporation for their part in making 1979 a good year for us. We are optimistic about the future. The exciting challenges of the 1980's will be met with confidence.



President

Directors and Officers

*R. W. Collington	<i>Director, Chairman of the Board and Chief Executive Officer</i>	<i>Vice-Presidents</i> N. H. Bell R. Burns J. B. Churchill G. B. Cooper P. B. Edgar A. R. Farmer Y. Garceau C. Gervais J. H. Gibaut H. J. Gibson M. G. Giles D. Greenwell W. S. Greenwell G. V. Johnson — not my 1850, 1500 @ July 4-30 W. M. Keen A. Kullgren R. M. MacKay G. B. Robertson P. Slachta I. D. Smith I. Soutzo
*R. G. Bartlett	<i>Director, President, Chief Operating Officer and Chairman of the Executive Committee</i>	
*R. K. B. Gallop	<i>Director and Executive Vice-President</i>	
*T. G. Smyth, C.A.	<i>Director, Senior Vice-President, Administration and Finance & Secretary Treasurer</i>	
*I. B. Campbell	<i>Director, Senior Vice-President, Advertising Administration</i>	
J. Beckerman	<i>Director and Vice-President</i>	
M. A. Brunet	<i>Director</i>	
P. Gervais	<i>Director and Senior Vice-President</i>	
L. J. G. La Rocque	<i>Director and Vice-President</i>	
R. H. O'Hara	<i>Director and Vice-President</i>	<i>Assistant Controller</i> A. Neville
P. G. Rioux	<i>Director</i>	
J. M. Roblee	<i>Director and Vice-President</i>	
B. M. Slater	<i>Director and Vice-President</i>	
U. Vanasse	<i>Director and Vice-President</i>	
L. H. Walls	<i>Director and Vice-President</i>	
H. M. Yates	<i>Director and Vice-President</i>	

*Member of the Executive Committee

Offices

Cockfield Brown Inc.

Montréal: 606 Cathcart
Montréal H3B 1L1
(514) 861-1771

Toronto: 1 St. Clair Avenue East
Toronto M4T 2V9
(416) 964-9000

London: 197 York Street
London N6A 1B2
(519) 438-2117

Winnipeg: 209 Notre Dame Avenue
Winnipeg R3B 1M9
(204) 942-0811

Vancouver: 134 Abbott Street
Vancouver V6B 2K6
(604) 684-0123

Industrial Marketing Communications

*a division of
Cockfield Brown Inc.*
1220 Yonge Street
Toronto M4T 1W1
(416) 922-2063

Insight Advertising and Public Relations

*a division of
Cockfield Brown Inc.*
909 Beach Avenue
Vancouver V6Z 1E3
(604) 682-3631

*today
Paula Hogg
S- Empire Room
4 PM.*

© Chuck Peter Hunter
McConnell Ad Co Ltd.

487-4601

- Co loans in
accounts receivable to buy
shares?

Financial Statements

COCKFIELD BROWN INC.

(Incorporated under the Canada Business Corporations Act)

Balance Sheet

as at December 31, 1979

Assets

Current

Cash
Accounts receivable
Inventory (Note 2)

1979

1978

\$ — \$ 712,400
8,535,700 7,153,000
556,500 334,500
9,092,200 8,199,900

Investments

Marketable securities, at cost (market
value 1979 — \$380,200; 1978 — \$431,400) ..

503,700 503,700

Fixed assets (Note 3)

1,187,500 705,700

Costs of acquisitions

42,600 73,100
\$10,826,000 \$9,482,400

Liabilities

Current

Bank indebtedness
Accounts payable and accrued liabilities
Income taxes payable

\$ 950,200 \$ —
7,707,200 7,524,100
88,600 303,500
8,746,000 7,827,600

Shareholders' Equity

Capital stock

Common shares without nominal or par value

Authorized — 2,000,000 shares

Issued — 583,100 shares (Note 4)

Retained earnings (Note 5)

374,000 382,600
1,706,000 1,272,200
2,080,000 1,654,800
\$10,826,000 \$9,482,400

On behalf of the Board: (Signed) R. W. Collington, Director

(Signed) T. G. Smyth, C.A., Director

10% of invl = 58,310

assets + invest
liab

9,595,900
8,746,000
849,900

64 cents/share

1,413
with
furniture

"very very
late in
working"

Current liab - Current assets

Financial Statements

COCKFIELD BROWN INC.

Statement of Earnings

For the Year Ended December 31, 1979

	1979	1978	
Gross billings	<u>\$76,714,900</u>	<u>\$69,715,500</u>	+ 10%
Commissions and service fees earned	<u>\$ 9,573,200</u>	<u>\$ 8,624,500</u>	+ 11%
Expenses			
Depreciation and amortization	230,000	231,600	
Office expenses	515,700	400,100	
Pension contributions	278,200	329,100	
Printing, postage and stationery	240,200	175,900	
Rent, light and taxes	537,500	578,200	10.9%
Salaries	6,229,600	5,614,100	+ 11%
Telephone services	222,700	196,400	
Other	407,000	296,400	
Earnings before income taxes	<u>8,660,900</u>	<u>7,821,800</u>	10.7%
Provision for income taxes	<u>912,300</u>	<u>802,700</u>	13.7
Net earnings for the year	<u>\$ 445,700</u>	<u>\$ 403,700</u>	+ 17%
Earnings per share	<u>\$0.75</u>	<u>\$0.68</u>	+ 10.4

Statement of Retained Earnings

For the Year Ended December 31, 1979

	1979	1978
Retained earnings, January 1	\$1,272,200	\$1,047,400
Add:		
Net earnings for the year	445,700	403,700
Revaluation of furniture and fixtures (Note 3)	292,600	—
	<u>2,010,500</u>	<u>1,451,100</u>
Deduct:		
Excess of cost of acquisition of common shares over book value (Note 4)	65,900	—
Dividends paid on common shares	238,600	178,900
	<u>304,500</u>	<u>178,900</u>
Retained earnings, December 31	<u>\$1,706,000</u>	<u>\$1,272,200</u>

Financial Statements

COCKFIELD BROWN INC.

Statement of Changes in Financial Position

For the Year Ended December 31, 1979

Source of Funds	1979	1978
Operations		
Net earnings for the year	\$445,700	\$403,700
Add charges not requiring an outlay of funds:		
Depreciation and amortization	230,000	231,600
Adjustments to cost of acquisitions	3,800	8,400
	<u>\$679,500</u>	<u>\$643,700</u>
Application of Funds		
Dividends paid on common shares	\$238,600	\$178,900
Additions to fixed assets	392,500	101,300
Acquisition of common shares	74,500	—
	<u>705,600</u>	<u>280,200</u>
Increase (decrease) in working capital	<u>(26,100)</u>	<u>363,500</u>
	<u>\$679,500</u>	<u>\$643,700</u>

Auditors' Report

The Shareholders,
Cockfield Brown Inc.

We have examined the balance sheet of Cockfield Brown Inc. as at December 31, 1979 and the statements of earnings, retained earnings and changes in financial position for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Corporation as at December 31, 1979 and the results of its operations and the changes in its financial position for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied, except as outlined in Note 3 to the financial statements, on a basis consistent with that of the preceding year.

Montréal, Quebec
January 30, 1980

Touche Ross & Co.
Chartered Accountants

Financial Statements

COCKFIELD BROWN INC.

Notes to Financial Statements

December 31, 1979

Note 1. Statement of accounting policies

Fixed assets

Furniture and fixtures are stated at replacement value and equipment and leasehold improvements are recorded at cost (see Note 3). Depreciation is based on the estimated useful lives of the assets and is provided on the straight-line method at the following rates:

Furniture and fixtures	10%
Equipment	15%

Leasehold improvements are amortized over the term of the leases.

Costs of acquisitions

The costs of acquisitions are being amortized over a five year period commencing with the year following the year of acquisition.

Gross billings

Gross billings include service fees capitalized in accordance with industry practice by multiplying the service fees by $6\frac{2}{3}$ (commissions and service fees generally represent 15% of gross billings).

Note 2. Inventory

Inventory represents costs incurred by the Corporation during the year which are billable to its clients in the following year.

Note 3. Fixed assets

	1979			1978
	Cost/ Replacement Value	Accumulated Depreciation/ Amortization	Net	Net
Furniture and fixtures (see page 10)				
Before revaluation at December 31, 1979	\$1,211,600	\$760,600	\$ 451,000	\$376,500
Revaluation adjustment at December 31, 1979	(184,100)	(476,700)	292,600	—
After revaluation at December 31, 1979	1,027,500	283,900	743,600	376,500
Equipment, at cost	262,200	84,200	178,000	217,300
Leasehold improvements, at cost	369,900	104,000	265,900	111,900
	<u>\$1,659,600</u>	<u>\$472,100</u>	<u>\$1,187,500</u>	<u>\$705,700</u>

Notes to Financial Statements (continued)

December 31, 1979

As of October 31, 1979 the furniture and fixtures at all offices of the Corporation were appraised by The Industrial Valuation Company Limited. As a result of this appraisal, these assets were restated at December 31, 1979 at replacement value.

The excess of the depreciated replacement value over the net book value before revaluation, \$292,600, has been credited to retained earnings.

Note 4. **Capital stock**

During the year the Corporation acquired and cancelled 13,400 of its common shares having a book value of \$8,600. The cost of acquisition was \$74,500.

→ \$5.56/share

Note 5. **Retained earnings**

As a result of a revaluation of furniture and fixtures at December 31, 1979 retained earnings include an unrealized appraisal surplus of \$292,600 at December 31, 1979. This amount will be realized in subsequent years by the annual depreciation on the appraisal increment or by sale of the appraised assets.

Note 6. **Long-term leases**

Annual rentals payable under long-term leases in effect are \$454,600 in 1980, \$447,600 in 1981, \$393,900 in 1982, \$382,200 in 1983 and \$435,800 in 1984.



COCKFIELD BROWN ANNUAL REPORT 1979

RAPPORT ANNUEL COCKFIELD BROWN 1979



Notes complémentaires (suite)
le 31 décembre 1979

Le mobilier et l'agencement de tous les bureaux de la compagnie ont été réévalués en date du 31 décembre 1979 par The Industrial Valuation Company Limited. A la suite de cette réévaluation ces immobilisations ont été portées au coût de remplacement au 31 décembre 1979. L'excédent du coût de remplacement amorti sur la valeur comptable nette avant la réévaluation, soit \$292,600, a été crédité aux bénéfices non répartis.

Note 4. Capital-actions

Au cours de l'exercice, la compagnie a acquis et annulé 13,400 de ses actions ordinaires d'une valeur comptable de \$8,600. Le coût d'acquisition s'est élevé à \$74,500.

Note 5. Bénéfices non répartis

Par suite d'une réévaluation du mobilier et de l'agencement en date du 31 décembre 1979, les bénéfices non répartis comprennent une plus-value d'expertise non réalisée de \$292,600 au 31 décembre 1979. Cette somme sera réalisée au cours des exercices ultérieurs par l'amortissement annuel de la plus-value d'expertise ou par la vente des immobilisations réévaluées.

Note 6. Baux à long terme

Les loyers annuels payables en vertu des baux à long terme en vigueur sont les suivants: \$454,600 en 1980, \$447,600 en 1981, \$393,900 en 1982, \$382,200 en 1983 et \$435,800 en 1984.

Notes complémentaires
le 31 décembre 1979

Note 1. Conventions comptables

Immobilisations
Le mobilier et l'agencement sont comptabilisés au coût de remplacement et le matériel et les améliorations locatives le sont au prix coûtant (voir note 3). L'amortissement est calculé sur la durée d'utilisation prévue des immobilisations selon la méthode de l'amortissement linéaire aux taux suivants:
Mobilier et agencement10%
Matériel15%
Les améliorations locatives sont amorties sur la durée des baux.

Coût des acquisitions
Le coût des acquisitions est amorti sur une période de cinq ans commençant l'année suivant l'année d'acquisition.

Montants bruts facturés
Les montants bruts facturés comprennent les honoraires pour services capitalisés, conformément à la pratique suivie dans l'industrie, en multipliant les honoraires pour services par 6⅔ (les commissions et honoraires pour services représentant généralement 15% des montants bruts facturés).

Note 2. Stocks
Les stocks représentent les coûts engagés par la compagnie au cours d'un exercice qui ne peuvent être facturés aux clients que dans l'exercice suivant.

Note 3. Immobilisations

	Prix coûtant/ coût de remplacement	Amortissements accumulés	Montant net	Montant net	
	1979		1978		
Mobilier et agencement (voir page 10)	\$1,211,600	\$760,600	\$ 451,000	\$376,500	Avant réévaluation au 31 décembre 1979
Redressement de réévaluation au 31 décembre 1979	(184,100)	(476,700)	292,600	—	Après réévaluation au 31 décembre 1979
Matériel, au prix coûtant	1,027,500	283,900	743,600	376,500	Matériel, au prix coûtant
Améliorations locatives, au prix coûtant	369,900	104,000	265,900	111,900	Améliorations locatives, au prix coûtant
	\$1,659,600	\$472,100	\$1,187,500	\$705,700	

Etats financiers

COCKFIELD BROWN INC.

Etat de l'évolution de la situation financière

de l'exercice terminé le 31 décembre 1979

Provenance des fonds

Exploitation

Bénéfice net de l'exercice	\$445,700	1979
Ajouter: Frais ne requérant pas de sortie de fonds:		
Amortissements	230,000	
Redressement du coût des acquisitions	3,800	
	<u>\$679,500</u>	
	<u>\$643,700</u>	
Utilisation des fonds		
Dividendes versés sur actions ordinaires	\$238,600	
Nouvelles immobilisations	392,500	
Acquisition d'actions ordinaires	74,500	
	<u>705,600</u>	
Augmentation (diminution) du fonds de roulement ...	(26,100)	
	<u>\$679,500</u>	
	<u>\$643,700</u>	
	<u>280,200</u>	
	<u>363,500</u>	
	<u>\$178,900</u>	1978
	<u>101,300</u>	

Rapport des vérificateurs

Aux actionnaires,

Cockfield Brown Inc.

Nous avons vérifié le bilan de Cockfield Brown Inc. au 31 décembre 1979 ainsi que les états des résultats, des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière de l'exercice terminé à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a comporté par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

A notre avis, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de la société au 31 décembre 1979 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, lesquels, à l'exception de ce qui est énoncé à la note 3 des états financiers, ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Montréal (Québec)
le 30 janvier 1980

Touche Ross & Cie
Comptables agréés

États financiers

COCKFIELD BROWN INC.

État des résultats

	1979	1978
Montants bruts facturés	\$76,714,900	\$69,715,500
Commissions et honoraires pour services	\$ 9,573,200	\$ 8,624,500
Dépenses		
Amortissements	230,000	231,600
Frais de bureau	515,700	400,100
Contributions au régime de retraite	278,200	329,100
Impression, affranchissement et papeterie	240,200	175,900
Loyer, électricité et taxes	537,500	578,200
Salaires	6,229,600	5,614,100
Services téléphoniques	222,700	196,400
Autres éléments	407,000	296,400
Bénéfice avant impôts sur le revenu	8,660,900	7,821,800
Bénéfice avant impôts sur le revenu	912,300	802,700
Provision pour impôts sur le revenu	466,600	399,000
Bénéfice net de l'exercice	\$ 445,700	\$ 403,700
Bénéfice par action	\$0.75	\$0.68

État des bénéfices non répartis

	1979	1978
Bénéfices non répartis au 1 ^{er} janvier	\$1,272,200	\$1,047,400
Ajouter:		
Bénéfice net de l'exercice	445,700	403,700
Réévaluation du mobilier et de l'agencement (note 3)	292,600	—
	2,010,500	1,451,100
Déduire:		
Excédent du coût d'acquisition des actions ordinaires sur la valeur comptable (note 4)	65,900	—
Dividendes versés sur actions ordinaires	238,600	178,900
	304,500	178,900
Bénéfices non répartis au 31 décembre	\$1,706,000	\$1,272,200

États financiers

COCKFIELD BROWN INC.

(constituée en vertu de la Loi sur les sociétés commerciales canadiennes)

Bilan
au 31 décembre 1979

Actif		
Actif à court terme		
Encaisse	8,535,700	
Débiteurs	—	
Stocks (note 2)	9,092,200	
Placements	503,700	
Titres négociables, au prix coûtant (valeur du marché 1979 — \$380,200; 1978 — \$431,400)	1,187,500	
Immobilisations (note 3)	42,600	
Coût des acquisitions	\$10,826,000	
Passif		
Passif à court terme		
Dette bancaire	\$ 950,200	
Créditeurs et frais courus	7,707,200	
Impôts sur le revenu exigibles	88,600	
Avoir des actionnaires		
Capital-actions		
Actions ordinaires sans valeur nominale ou au pair	374,000	
Actions autorisées — 2,000,000 d'actions	1,706,000	
Emises — 583,100 actions (note 4)	2,080,000	
Bénéfices non répartis (note 5)	\$10,826,000	
Au nom du Conseil: (signé) R. W. Collington, administrateur		
(signé) T. G. Smyth, C.A., administrateur		
1979		
1978		
\$ 712,400		
7,153,000		
334,500		
8,199,900		
503,700		
705,700		
73,100		
\$9,482,400		
\$ —		
7,524,100		
303,500		
7,827,600		
382,600		
1,272,200		
1,654,800		
\$9,482,400		

Bureaux

Cockfield Brown Inc.

Montréal:

606 Carhart
Montréal H3B 1L1
(514) 861-1771

Toronto:

1 St. Clair Avenue East
Toronto M4T 2V9
(416) 964-9000

London:

197 York Street
London N6A 1B2
(519) 438-2117

Winnipeg:

209 Notre Dame Avenue
Winnipeg R3B 1M9
(204) 942-0811

Vancouver:

134 Abbott Street
Vancouver V6B 2K6
(604) 684-0123

Industrial Marketing Communications

une division de
Cockfield Brown Inc.
1220 Yonge Street
Toronto M4T 1W1
(416) 922-2063

**Insight Advertising
and Public Relations**
une division de
Cockfield Brown Inc.
909 Beach Avenue
Vancouver V6Z 1E3
(604) 682-3631

Administrateurs et membres de la direction

*R. W. Collington Président du Conseil
d'administration, chef de la
direction et administrateur

*R. G. Bartlett Président, chef de
l'exploration, président
du Comité de direction
et administrateur

*R. K. B. Gallop Vice-président directeur
et administrateur

*T. G. Smyth, C.A. Vice-président principal,
administration finances,
secrétaire-trésorier
et administrateur

*I. B. Campbell Vice-président principal,
administration publicité
et administrateur

J. Beckerman Vice-président et administrateur

M. A. Brunet Administrateur

P. Gervais Vice-président principal
et administrateur

L. J. G. La Rocque Vice-président et administrateur

R. H. O'Hara Vice-président et administrateur

P. G. Rioux Administrateur

J. M. Roblee Vice-présidente et administrateur

B. M. Slater Vice-président et administrateur

U. Vanasse Vice-président et administrateur

L. H. Walls Vice-président et administrateur

H. M. Yates Vice-président et administrateur

*Membre du Comité de direction

Autres bureaux

Chacun de nos bureaux a donné de bons résultats en répondant aux besoins particuliers des clients de Vancouver, Winnipeg et London, ainsi qu'à ceux des nombreux clients de nos deux divisions, Industrial Marketing Communications à Toronto et Insight Advertising and Public Relations à Vancouver. Les bénéfices furent sensiblement supérieurs à ceux de l'an dernier et, comme nous l'avons mentionné plus haut, Vancouver a connu une année exceptionnelle.

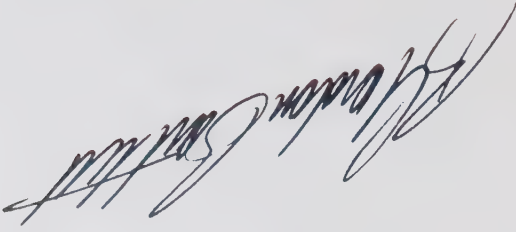
Services

La prospérité financière de la société n'est rendue possible que si la très grande qualité de nos services contribue au succès de nos clients et l'amélioration constante de cette qualité représente une de nos plus grandes préoccupations. Une agence de publicité vaut autant que son personnel et nous sommes très fiers du rendement de nos employés en 1979 dans tous les domaines: administration, création, média, recherche, production, relations publiques, comptabilité.

Au cours de l'année dernière, nous avons réussi à attirer quelques-uns des meilleurs concepteurs publicitaires qui soient. La philosophie de Cockfield Brown est très simple. Notre rôle est de créer une publicité efficace qui doit pouvoir être évaluée selon trois critères absolus: la pertinence, l'implication et la clarté.

Nos services de média ont fait beaucoup mieux que s'adapter aux techniques de plus en plus complexes de l'informaticque. De fait, nous avons la réputation d'être à l'avant-garde dans notre industrie et nous pouvons aujourd'hui, suite à une entente intervenue entre nous et un important service national d'analyse de média et d'informaticque, offrir à nos clients un service de planification et d'achat dont l'efficacité est inégalée au pays.

Le Président



L'année 1979 fut aussi une année importante pour nos services de recherche. Notre personnel a développé et appliqué deux nouvelles méthodes d'analyse qualitative exclusives à Cockfield Brown: un test de communication pour une évaluation préliminaire des exécutions et un test de perception servant à mesurer l'impression créée chez les consommateurs par un produit, un service ou une institution.

Le test de communication s'est avéré une addition très valable aux choix de techniques couramment utilisées. De son côté, le test de perception a été conçu spécifiquement en regard de l'importance de plus en plus grande que l'on accorde à l'impression du consommateur face à un produit, à un service et même à une société. La contribution de nos services de recherche est inestimable en ce qu'ils nous aident à atteindre notre but premier: créer une publicité efficace.

Une année couronnée de succès nous a naturellement donné l'agréable sensation d'avoir accompli notre mission. Les défis que nous réservons l'avenir nous remplissent également d'espoir et d'ambition. Comme par le passé, la prospérité future de Cockfield Brown dépendra de l'amélioration constante des services offerts à nos quelque 200 clients, et des efforts que nous consacrerons à notre tâche. Aussi, nous ne manquerons pas de saisir les occasions de croissance et d'expansion qui s'offriront à nous tant à l'étranger qu'au Canada.

Nous nous efforcerons de mettre en pratique les disciplines administratives les plus éprouvées avec intégrité, avec vigueur, avec la volonté d'atteindre l'excellence.

Pour conclure, je veux témoigner ma gratitude à tout le personnel de Cockfield Brown dont les efforts ont permis que 1979 soit une année aussi satisfaisante. Nous avons foi en l'avenir. C'est avec optimisme que nous envisageons le défi passionnant des années 80.

L'année 1979 fut très bonne pour Cockfield Brown. Facturation, revenu et bénéfices ont atteint de nouveaux sommets au cours de cette dernière année de la décennie la plus décisive de notre histoire. Suivant l'année record que fut 1978, ces succès confirment que les changements apportés au niveau des priorités et du personnel ont porté fruit.

Cockfield Brown demeure à juste titre l'une des plus importantes agences de publicité au pays. Notre croissance est intimement liée à celle de nos clients de longue date ainsi qu'à la prospérité et au dynamisme de nos nombreux nouveaux clients. Si l'on tient compte de la nature hautement concurrentielle qui caractérise notre industrie, il est évident que la qualité et la gamme des services que nous offrons sont recherchés et appréciés. C'est tout au crédit de nos 270 employés dont le talent et la compétence s'exercent à travers le pays.

Comparativement à l'an dernier, nos bureaux de Montréal et Toronto ont amélioré appréciablement leur chiffre d'affaires. À eux deux, ils ont de nouveau à leur actif 80p. cent du revenu de la société et 83p. cent du bénéfice brut global. Il faut de plus souligner le redressement radical de la situation de notre bureau de Vancouver.

Montréal

Plus dynamique que jamais, notre bureau de Montréal a connu une autre année record, continuant de répondre aux besoins de nos clients du Québec et y accroissant encore une fois sa part de marché. Nous déplorons la perte du budget d'Air Canada après vingt ans de collaboration étroite et productive. Cette perte fut cependant plus que compensée par l'acquisition de sept nouveaux clients, les plus importants étant l'Office de Tourisme du gouvernement du Canada et la Banque Nationale du Canada.

Vers le milieu de l'année, un publicitaire de grande expérience, Pierre Gervais, s'est joint à notre société à titre de vice-président principal et directeur général du bureau de Montréal. Grâce à sa connaissance approfondie des particularités du marché québécois, notre prospérité ne pourra que s'accroître sous son leadership.

Toronto

Complétée l'an dernier, la réorganisation de ce bureau a donné de bons résultats. En dépit d'une facturation et de bénéfices largement supérieurs à ceux de l'an passé, les profits sont demeurés sensiblement les mêmes, ce qui est dû à l'augmentation des coûts d'exploitation imputables en grande partie à notre aménagement dans de nouveaux locaux.

Des efforts intensifs de prospection en 1979 nous ont permis d'augmenter appréciablement le chiffre d'affaires prévu pour l'année 1980.

Nous sommes confiants qu'un élan nouveau déjà perceptible, un engagement à fond de nos ressources professionnelles, une efficacité accrue et des pratiques administratives de tout premier ordre se traduiront par des bénéfices et une marge de profit encore plus grands au cours des années 80.

Nous avons le grand plaisir de vous faire part que 1979, la première année du second demi-siècle d'activité de notre société, s'est à son tour avérée une année productive, couronnée de succès.

En consultant les états financiers publiés dans ce rapport, les actionnaires pourront constater que les résultats de l'année 1979 représentent une amélioration marquée sur l'année précédente, l'année record de notre histoire, et ce, à tous les postes clés: facturation brute, revenu, bénéfice avant impôts et bénéfice par action.

Au cours de cette année, des changements importants ont eu lieu au sein de notre société.

Suite à l'assemblée annuelle du mois de mars 1979 et avec l'approbation des actionnaires, nous avons finalisé les mesures nécessaires pour la prorogation de la société en vertu de la nouvelle Loi sur les sociétés commerciales canadiennes. D'autre part, la raison sociale de la société a changé pour devenir Cockfield Brown Inc., un nom qui est conforme aux exigences des deux langues officielles du pays.

Tel qu'indiqué dans l'avis d'intention adressé aux actionnaires en date du 9 novembre 1979, la société a institué un programme contrôle de rachat d'actions en vue de les annuler. Bien qu'il soit encore trop tôt pour pouvoir prédire le résultat final de ce programme, nous espérons atteindre notre objectif principal, qui est de créer un marché additionnel pour nos actionnaires.

Nous avons le profond regret de vous faire part du décès, le 8 septembre 1979, de G. Warren Brown, administrateur et co-fondateur de Cockfield Brown. Tout au cours des 50 années d'existence de notre société, il a participé activement à ses succès et ses nombreuses qualités de leader lui ont mérité l'estime de toute l'industrie. Nous ferons en sorte de continuer dans la voie qu'il nous a tracée.

L'année 1979 a aussi été marquée par le départ de deux de nos administrateurs, MM. Raymond Boucher et Paul Moreau. Ils ont donné leur démission au Conseil et ont quitté la société pour poursuivre leur carrière ailleurs. Le 18 décembre 1979, le Conseil d'administration a approuvé la nomination de M. Jerrold Beckerman, vice-président et directeur général, bureau de Vancouver, de M. Pierre Gervais, vice-président principal et directeur général, bureau de Montréal et de Mme Joyce Roblee, vice-présidente et directeur média, en vue de combler ces vacances.

Nous nous comptons particulièrement privilégiés de pouvoir faire appel à des professionnels aussi compétents pour assumer, en plus de leurs fonctions régulières, les charges additionnelles d'administrateur.

Le Président du Conseil



Les perspectives d'avenir et les défis des années 1980 ne peuvent laisser nos actionnaires indifférents. Cette décennie sera peut-être la plus stimulante de toute notre histoire car en tant que citoyens et consommateurs, nous aurons à faire face à des situations de plus en plus incertaines et changeantes.

Jamais au cours de l'histoire du monde libre, l'importance de la communication n'a-t-elle été aussi grande, de même que jamais auparavant les connaissances et le jugement du consommateur moyen n'auront-ils été aussi approfondis et aussi influents.

Mis à part tout ce que le public attend traditionnellement de la publicité, y compris la protection de deux de nos libertés essentielles, à savoir la liberté de choix et la liberté d'information, ce que deviendra la publicité des années 1980 sera plus important que jamais; ce qu'en retirera le public sera déterminant.

Nos objectifs et notre planification ont été établis en fonction de ce nouveau climat social. Nous en avons fait la base de notre philosophie et, en cela, nous sommes parmi les chefs de file de notre industrie. C'est en nous appuyant sur les succès tangibles que nous a déjà valu cette orientation que nous envisageons la nouvelle décennie avec beaucoup d'enthousiasme et d'optimisme.



*"Ce que deviendra la publicité
des années 1980 sera
plus important que jamais;
ce qu'en retirera
le public sera déterminant."*

